

PERAN *PODCAST* SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM KERJA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA BANDUNG

Bella Ayu Santhia^{1*}, Dewi K. Soedarsono²

^{1,2}Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

*Email: bellaayusanthia@student.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Penyebaran informasi dapat digunakan melalui banyak media, salah satunya ialah *podcast*. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menggunakan *podcast* karena melihat tingginya ketertarikan masyarakat terhadap *podcast*, serta masih jarang nya *podcast* yang membahas mengenai program kerja pemerintah. Dengan itu, untuk mengetahui peran *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi, dibutuhkan perencanaan komunikasi sebagai upaya untuk meminimalisir hambatan yang terjadi selama proses komunikasi, diantaranya dengan melakukan penetapan komunikator, penetapan sasaran, penyusunan pesan, pemilihan media, serta efek dari komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam pengambilan data, penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung berperan sebagai komunikator untuk menyebarkan informasi program kerja, dengan sasaran ialah generasi Z dari usia 20-24 tahun. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung juga melakukan penyusunan pesan dan pemilihan media. Media yang digunakan ialah *podcast*. Informasi yang disebarkan menimbulkan efek bagi sasaran berupa penambahan wawasan dan pengetahuan mengenai program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dan Pemerintah Kota Bandung.

Kata Kunci: penyebaran informasi, media baru, *podcast*

THE *PODCAST* ROLE AS INFORMATION DISSEMINATION MEDIA OF BANDUNG CITY COMMUNICATION AND INFORMATICS DEPARTMENT PROGRAMS

ABSTRACT

Dissemination of information can be used through many media, one of which is podcasts. The Bandung City Communication and Informatics Department uses podcasts because they see the high public interest in podcasts and the lack of podcasts that discuss government work programs. With that, to find out the role of the Bandung City Communication and Informatics Department podcast in disseminating information, communication planning is needed as an effort to minimize obstacles that occur during the communication process, including by determining communicators, setting targets, compiling messages, selecting media, and the effects of communication. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. In collecting data, this research used interview, observation, and documentation methods. There were 10 informants in this study who were selected using the purposive sampling technique. The results of the study indicate that the Bandung City Communication and Informatics Department is a communicator to disseminate information on work programs, with the target audience being Generation Z from the age of 20-24 years. In addition, the Bandung City Communication and Informatics Department also organize messages and media selection. The media used is podcasts. The information disseminated has an effect on the target in the form of adding insight and knowledge about programs of the Communication and Informatics Department and the Bandung City Government.

Keywords: information dissemination, new media, *podcast*

Korespondensi: Bella Ayu Santhia. Universitas Telkom. Jalan Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat, 40257. No. HP, WhatsApp: 081277080072. *Email:* bellaayusanthia@gmail.com

PENDAHULUAN

Komunikasi menggunakan media sudah ada sejak zaman dahulu, penggunaan media tentu ditujukan sebagai alat untuk membantu agar sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik tanpa tatap muka secara langsung. Terlebih bila informasi ingin disampaikan kepada khalayak ramai, maka penggunaan media adalah langkah tepat yang efektif karena dapat menyebarkan informasi dalam sekali siar. Dulunya radio merupakan media komunikasi berupa audio yang sering digunakan, namun mulai tergantikan sejak adanya media digital. Sebelum munculnya media digital seperti saat ini, informasi hanya berlaku dalam satu waktu. Ketika pendengar sedang mendengarkan sebuah siaran di radio, ia tidak dapat mengulang kembali siaran tersebut, karena sifatnya yang hanya bisa didengarkan saat siaran. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, masyarakat mulai bergeser pada penggunaan media digital sebagai alat untuk mendapatkan informasi.

Berbeda dengan radio, *podcast* adalah salah satu media untuk menyebarkan informasi kepada khalayak ramai, dimana pendengar dapat mengaksesnya secara gratis dan mudah. Hal ini dipertegas oleh Radika (2020:102) yang mengatakan bahwa pendengar dapat mengakses *podcast* kapan dan dimana saja karena sifatnya yang *on demand*. Selanjutnya, menurut Yuliatri pada website milik Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat, pendengar memanfaatkan *podcast* karena konten-kontennya yang menarik. Sedangkan bagi *podcaster* (orang yang menerbitkan *podcast*), *podcast* adalah sebuah langkah efektif untuk menjangkau banyak pendengar. (Sumber: <http://disdik.jabarprov.go.id/> diakses pada 14 April 2021 pukul 13.09 WIB).

Beberapa perusahaan internasional seperti Sephora, Microsoft, dan McDonald's mulai menggunakan *podcast* sebagai media dalam penyampaian informasi, baik untuk membangun kembali *brand*, memberikan inspirasi serta semangat atau sebagai alat dalam kampanye pemasaran sesuai dengan tujuan dari *podcast* itu sendiri. Perusahaan Indonesia seperti Tokopedia, Pegipegi, dan Paragon pun juga menggunakan *podcast* sebagai media penyebaran informasi.

Walau *podcast* mengalami peningkatan popularitas, namun *podcast* yang membahas mengenai program kerja pemerintah masih terbilang minim. Dengan itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menginisiasi pembuatan *podcast* yang diberi nama Bandung *International* di aplikasi Spotify, dengan menyuguhkan konten-konten yang berhubungan dengan pemerintah, seperti *sharing* bersama CPNS, inovasi lurah di kewilayahan masing-masing, serta program kerja dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

Berdasarkan pra-riset yang dilakukan peneliti pada Kamis, 15 April 2021 di Bandung Command Center. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menggunakan *podcast* sebagai media penyebaran informasi karena melihat adanya peluang serta peningkatan popularitas pada media *podcast*. Dengan itu,

pemerintah ingin menysasar pendengar yang ada dengan membuat sebuah pergeseran inovasi, dari yang dulunya menyebarkan informasi menggunakan radio, kini sudah menggunakan *podcast*. Inovasi inipun tentunya tidak terlepas dari kebijakan pimpinan. Koordinator Hubungan Masyarakat Bandung Command Center Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menyampaikan bahwa pimpinan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung memberikan kebijakan untuk mulai menyebarkan informasi kepada masyarakat menggunakan media baru yang dapat diakses dengan mudah kapan dan dimana saja. Bila biasanya *podcaster* dari *podcast* pemerintah adalah orang-orang yang bekerja di pemerintahan, *podcast* milik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung membawa konsep berbeda, dimana *podcaster* ialah anak-anak muda generasi Z di Kota Bandung.

Walau bukan hal yang mudah untuk mengajak masyarakat mendengarkan konten pemerintah berisi informasi program kerja. Dalam rangka menyebarkan informasi, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung berupaya melakukan berbagai langkah agar informasi tepat pada sasaran. Koordinator Humas Bandung Command Center Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menyampaikan upaya yang dilakukan agar informasi dapat sampai kepada masyarakat, diantaranya ialah (1) Melakukan konsep secara matang, dimulai dari kebutuhan segi teknis, metode, gaya penyampaian, hingga pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber, (2) Mengkonversi *podcast* kedalam bentuk audio visual berbentuk video yang ditampilkan di YouTube, (3) Serta mengundang orang-orang yang memiliki basis massa sebagai narasumber, seperti *founder*, pemuda-pemudi berprestasi, lurah-lurah yang memiliki basis di kewilayahan masing-masing, dan lainnya.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung memiliki fokus untuk terus menyebarkan informasi kepada masyarakat menggunakan media *podcast*. Namun, belum diketahui bagaimana peran *podcast* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dan efek informasi yang ditimbulkan dari penggunaan *podcast* tersebut. Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai peran *podcast* sebagai media untuk menyebarkan informasi program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana peneliti akan mengajukan pertanyaan kepada informan yang telah ditentukan dan mengamati media yang digunakan untuk memahami dan mempelajari, serta selanjutnya akan digambarkan secara deskriptif.

Menurut Creswell (2008) penelitian kualitatif atau *qualitative research* adalah penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menemukan makna dari sebuah fenomena. Penggunaan metode penelitian kualitatif ialah karena peneliti akan menggali informasi secara mendalam mengenai peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melalui pengumpulan data di lapangan.

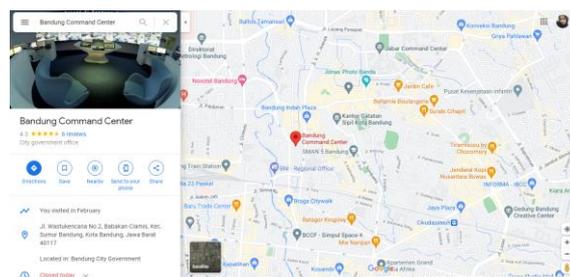
Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah fenomenologi, dimana peneliti berupaya menggambarkan fenomena penggunaan *podcast* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dan efek yang ditimbulkan dari isi pesan *podcast* itu sendiri.

Menurut Creswell (dalam Kuswarno, 2006) fenomenologi adalah sebuah pendekatan yang berupaya mendeskripsikan pengalaman hidup seseorang atau sejumlah orang tentang suatu konsep. Selain itu, Littlejohn (dalam Kuswarno, 2006) juga mengatakan bahwa fenomenologi adalah pendekatan yang membiarkan sesuatu seperti kejadian aslinya tanpa mencampurkan pemikiran peneliti didalamnya.

Dalam sebuah penelitian juga terdapat subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian adalah orang yang memahami secara mendalam mengenai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang melatar belakangi penelitian (Raco, 2018:21). Subjek pada penelitian ini adalah Koordinator Hubungan Masyarakat Bandung Command Center Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung beserta pendengar *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Sedangkan objek penelitian ialah topik permasalahan yang menjadi titik perhatian untuk diteliti menggunakan teori-teori yang berkaitan (Chaer, 2007). Objek pada penelitian ini ialah perencanaan komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi program kerja menggunakan media *podcast*.

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, khususnya Bandung Command Center, yang beralamat di Balai Kota Bandung Jalan Wastukencana No.2, Babakan Ciamis, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena Bandung Command Center adalah tempat dimana produksi *podcast* milik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dilakukan. Selain itu, Bandung Command Center adalah tempat pemantauan dan pelaporan Kota Bandung dibawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

Gambar 1 Lokasi Bandung Command Center



(Sumber: <https://www.google.com/> diakses pada 1 Mei 2021 pukul 08:14 WIB)

Dalam mengambil data, peneliti membagi informan menjadi dua, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci adalah orang yang mengetahui secara rinci mengenai permasalahan pada penelitian dan bersedia untuk memberikan informasi tersebut yang mana dibutuhkan oleh peneliti (Brent & Stewart, 2013). Adapun informasi kunci pada penelitian ini ialah Koordinator Hubungan Masyarakat Bandung Command Center Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan pendukung. Hal ini dikarenakan

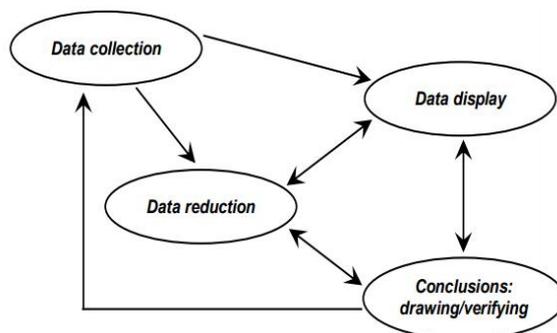
peneliti membutuhkan informan dengan kriteria tertentu untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Adapun kriteria informan yang dibutuhkan untuk penelitian ini ialah sebagai berikut: (1) Berdomisili di Kota Bandung, (2) Berusia 20-24 tahun, (3) Mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, dan (4) Bersedia diwawancarai sebagai partisipan.

Selain teknik wawancara, penelitian ini juga menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data. Menurut Creswell (2009) pengumpulan data adalah salah satu langkah strategis untuk mendapatkan segala informasi mengenai penelitian melalui teknik wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Hal yang sama juga disampaikan Bungin (2015) bahwa ketiga teknik tersebut merupakan teknik pengumpulan data paling independen. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut: (1) Wawancara, peneliti memilih teknik wawancara guna menggali informasi relevan untuk memperoleh data dari informan kunci. Wawancara yang dilakukan ialah wawancara semi terstruktur. Teknis dari wawancara ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada Koordinator Hubungan Masyarakat Bandung Command Center Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dan secara virtual kepada pendengar *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, (2) Observasi, peneliti memilih teknik observasi guna mengamati penelitian secara langsung. Observasi yang dilakukan peneliti ialah observasi non-partisipan, dimana peneliti mengamati aktivitas kegiatan *podcast* milik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dengan cara mendengarkan seluruh episode yang diunggah pada platform Spotify, (3) Dokumentasi, peneliti menggunakan teknik dokumentasi guna sebagai data pendukung untuk melengkapi data-data yang telah dikumpulkan melalui teknik wawancara dan juga observasi.

Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2016) analisis data kualitatif adalah suatu usaha dalam mencari, memilah, menemukan, dan menyusun data menjadi sebuah informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis data model Miles dan Huberman. Pada teknik ini, Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus hingga tuntas guna mendapatkan data yang jenuh.

Gambar 2 Komponen dalam Analisis Data (*Interactive Model*)



(Sumber: Miles dan Huberman, 1992)

Berdasarkan gambar 2 Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa terdapat tiga alur dalam melakukan analisis data, diantaranya ialah sebagai berikut: (1) Reduksi Data (*Data Reduction*), dalam mereduksi data, peneliti akan memilih dan memfokus pada data-data penting. Kemudian merangkumnya guna mendapatkan gambaran data secara jelas. Karena menurut Sugiyono (2017) hal ini ditujukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya, (2) Penyajian Data (*Data Display*), langkah kedua ialah menyajikan data. Peneliti akan menganalisis data yang telah direduksi dan menyajikannya dalam bentuk teks naratif. Karena menurut Miles dan Huberman (dalam Creswell, 2009) dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang penting ialah dengan menyajikannya dalam bentuk teks naratif, (3) Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*), langkah yang ketiga ialah kesimpulan dan verifikasi. Pada langkah ini, kesimpulan awal dianggap bersifat sementara guna mendukung bukti kuat lainnya dalam penelitian Menurut Sugiyono (2017) bila kesimpulan awal memiliki hasil yang sama dengan bukti-bukti tersebut, maka kesimpulan awal dianggap kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati perencanaan komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi program kerjanya melalui media *podcast*. Dimana, hasil penelitian dibagi menjadi dua, yaitu peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi untuk melihat persiapan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi, dan hasil penyebaran informasi untuk melihat efek apa saja yang dirasakan pendengar dari media *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

Perencanaan komunikasi menurut Wijaya (2015) dibagi menjadi lima, yaitu penetapan komunikator, penetapan sasaran, penyusunan pesan, pemilihan media, dan efek komunikasi. Untuk mengetahui peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi, maka perencanaan komunikasi yang digunakan ialah penetapan komunikator, penetapan sasaran, penyusunan pesan, dan pemilihan media. Sedangkan untuk mengetahui hasil penyebaran informasi, maka perencanaan komunikasi yang digunakan ialah efek komunikasi, guna mengetahui langsung efek yang dirasakan pendengar saat mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

Setelah melakukan wawancara kepada informan kunci dan informan pendukung, peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan untuk menjawab penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur secara langsung kepada satu informan kunci dan secara virtual dengan sembilan informan pendukung.

Pada hasil penelitian, peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan kunci dan 10 informan, sehingga akan diketahui peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dan hasil dari penyebaran informasi tersebut. Berikut adalah deskripsi hasil penelitian melalui wawancara yang telah dilakukan.

Peran *Podcast* Sebagai Media Penyebaran Informasi

Podcast merupakan media massa yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Informasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah pesan yang didalamnya terdapat makna untuk diterangkan atau diberitahukan. Secara umum, Mulyanto (dalam Fitriani, 2017:149) mengatakan bahwa informasi dapat dikatakan berkualitas bila memenuhi tiga aspek, yaitu informasi harus akurat, informasi harus tepat waktu, dan informasi harus relevan.

Dalam penelitian ini, peneliti menanyakan mengenai peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi. Berdasarkan jawaban informan kunci, informasi yang disampaikan melalui *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung memiliki keakuratan yang cukup tinggi, karena sumber yang digunakan ialah berasal dari website resmi milik pemerintah. Kemudian, informasi yang disampaikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung jugalah tepat waktu, karena informasi yang disebar lebih dulu ada daripada media lainnya. Selanjutnya, informasi dari *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung juga relevan, karena informasi yang disebar sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Dimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung ingin menyampaikan informasi mengenai program kerja pemerintah kepada generasi Z dengan konsep berbeda, yaitu dengan penggunaan media *podcast* dan *podcaster* adalah anak muda generasi Z Kota Bandung. Sehingga, informasi dapat mudah dimengerti karena penyampaiannya disesuaikan dengan sasaran dari *podcast* ini.

Selain itu, dalam menyebarkan informasi terdapat sebuah proses komunikasi yang tidak terlepas dari hambatan-hambatan yang akan terjadi. Dengan itu dibutuhkan sebuah perencanaan komunikasi untuk meminimalisir hambatan-hambatan tersebut.

Menurut Cangara (2013) perencanaan komunikasi adalah sebuah proses penempatan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan dari organisasi. Adapun sumber daya yang dimaksud ialah media massa, komunikasi antarpribadi, dan setiap aktivitas yang ditujukan untuk mengubah perilaku individu tertentu. Selain itu, Wijaya (2015) menyampaikan bahwa perencanaan komunikasi digunakan untuk mengetahui cara menyebarluaskan suatu pesan dengan tepat yang dilakukan oleh komunikator kepada sasaran yang tepat menggunakan media yang tepat, dan pada waktu yang tepat pula.

Berdasarkan beberapa definisi perencanaan komunikasi yang di atas, perencanaan komunikasi adalah sebuah proses perencanaan untuk menyebarluaskan suatu pesan yang diawali dengan komunikator menyampaikan pesan kepada sasaran menggunakan media yang tepat, dan menciptakan suatu efek yang dapat mengubah perilaku individu tertentu.

Perencanaan komunikasi ditujukan untuk menjawab peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi, dengan melakukan penetapan komunikator, penetapan sasaran, penyusunan pesan, serta alasan pemilihan media yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Berikut adalah hasil analisis dari data yang diperoleh.

Penetapan Komunikator

Dalam melakukan perencanaan komunikasi, hal pertama yang dilakukan untuk mencapai kegiatan tersebut ialah penetapan komunikator. Penetapan komunikator yang tepat dapat menciptakan sasaran yang tepat, pesan yang tepat, serta media yang tepat pula, karena bila suatu proses komunikasi tidak berjalan dengan baik, maka kesalahan utama berasal dari komunikator. Sehingga komunikator adalah peran yang sangat penting dalam suatu proses komunikasi, karena dibutuhkan keterampilan dalam berkomunikasi. Bahkan Wijaya (2015) menyampaikan syarat untuk menjadi komunikator yang baik ialah kaya akan ide, penuh dengan kreativitas, memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.

Komunikator merupakan sumber yang memegang kendali dalam sebuah proses komunikasi, karena ia yang akan menentukan hingga menetapkan target sasaran, menyusun pesan, hingga memilih media (Wijaya, 2015). Berdasarkan temuan di lapangan, informan kunci mengatakan bahwa yang menjadi sumber dan kendali pada *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah Dinas Komunikasi dan Informatika itu sendiri, karena seluruh media digital Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung termasuk *podcast* merupakan tanggung jawab Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Namun tentu terdapat seseorang atau sekelompok orang yang memiliki tugas pokok untuk mengurus media-media tersebut. Seseorang yang menjadi pengelola media *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung sekaligus yang bertanggung jawab atas konten-konten yang disebarakan kepada masyarakat adalah Koordinator Hubungan Masyarakat Bandung Command Center Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

Berdasarkan paparan di atas, dapat diketahui bahwa yang berperan sebagai komunikator dalam penelitian ini adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena merupakan pihak yang menjadi sumber, kendali, serta menginisiasi sebuah komunikasi.

Penetapan Sasaran

Sasaran atau yang bisa disebut dengan komunikan merupakan orang yang menjadi target dari sebuah proses komunikasi (Wijaya, 2015). Memahami target sasaran adalah hal yang penting, karena seluruh informasi yang disebar akan diarahkan kepada mereka. Dengan memahami sasaran, komunikator dapat melakukan prediksi,antisipasi, dan penyesuaian program komunikasi yang akan dilakukan. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menetapkan bahwa sasaran dari penggunaan *podcast* ialah generasi Z Kota Bandung, hal ini dikarenakan secara demografi 23% dari penduduk Kota Bandung didominasi oleh generasi Z dengan rentang usia 5-24 tahun.

Pernyataan ini diperkuat oleh data yang terlampir pada gambar 3 dan gambar 4 yang menjelaskan bahwa penduduk Kota Bandung didominasi oleh generasi Z dengan rentang usia 5-24 tahun atau 23,49%.

Gambar 3 Penduduk Kota Bandung Didominasi Gen Z



(Sumber: Instagram bandung.go.id)

Gambar 4 Jumlah Gen Z di Kota Bandung

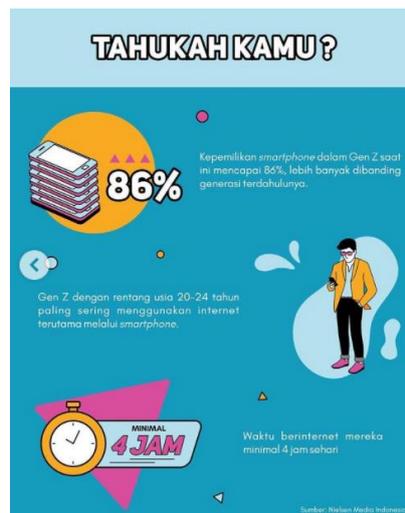


(Sumber: Instagram bandung.go.id)

Melihat rentang usia generasi Z yang cukup dini, sasaran dari *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dipersempit dengan rentang usia 20-24 tahun. Hal ini terjadi akibat dua faktor, yaitu usia awal atau 5 tahun yang masih perlu penjangaan dari gawai, sehingga usia tersebut tidak menjadi sasaran dari penggunaan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Selain itu, generasi Z dengan usia 20-24 tahun merupakan rentang usia yang paling sering menggunakan internet. Sehingga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung ingin memaksimalkan peluang tersebut agar informasi mengenai program kerjanya dapat tersebar secara merata.

Pernyataan di atas diperkuat oleh data yang terlampir pada gambar 5 yang menjelaskan bahwa usia 20-24 tahun merupakan usia yang paling sering menggunakan internet.

Gambar 5 Informasi Gen Z



(Sumber: Instagram bandung.go.id)

Selain itu, menurut Meisyanti & Kencana (dalam Radika, 2020) juga menyampaikan bahwa rata-rata pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh usia 20-25 tahun.

Sehingga dapat diketahui bahwa sasaran dari penggunaan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah generasi Z Kota Bandung dengan rentang usia 20-24 tahun. Hal ini melihat dari jumlah penduduk yang didominasi oleh generasi Z, serta usia 20-24 tahun merupakan usia yang paling aktif mengakses internet melalui gawai.

Penyusunan Pesan

Dalam sebuah proses penyebaran informasi, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung tentunya melakukan penyusunan pesan agar informasi yang disampaikan mudah dimengerti. Pesan adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan berupa simbol yang berisi ide, nilai, dan gagasan (Cangara, 2006).

Dalam menyusun pesan, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melakukan observasi terlebih dahulu mengenai narasumbernya, seperti berasal dari instansi apa dan apa saja program kerjanya. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan *storyboard* untuk menggambarkan kegiatan produksi. Setelah itu, dilanjutkan dengan pembuatan narasi berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat. Sehingga saat sebelum produksi dimulai, *podcaster* dapat melakukan technical meeting kepada narasumber untuk menghindari kesalahan-kesalahan saat proses produksi dilakukan.

Adapun sumber-sumber yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyusun pesan ialah berasal dari website resmi seperti *Open Data* Kota Bandung dan Humas Kota Bandung. Data yang terkumpul kemudian akan dikonfirmasi kepada narasumber terkait agar memperoleh data yang benar.

Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung tidak memiliki aturan khusus dalam penyusunan pesan pada *podcast*, namun menyesuaikan pada permintaan dari setiap narasumber. Kemudian,

berdasarkan observasi peneliti seluruh episode *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung memiliki durasi kurang dari 30 menit. Sehingga hal ini dapat menciptakan pesan yang jelas dan juga ringkas.

Pemilihan Media

Pemilihan media harus sesuai dengan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Media adalah sebuah alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi (Cangara, 2006). Seperti halnya informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak ramai, maka penggunaan media adalah langkah yang tepat. Hal ini selaras dengan perkataan Wijaya (2015) yang menyampaikan bahwa untuk masyarakat luas, informasi sebaiknya disalurkan melalui media massa. Media yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi program kerja ialah *podcast*. Alasan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung memilih *podcast* sebagai media penyebaran informasi program kerja ialah karena melihat peluang atau ketertarikan masyarakat yang tinggi terhadap *podcast*. Sehingga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung ingin memanfaatkan ketertarikan tersebut agar dapat memaksimalkan penyebaran informasi dan publikasi kepada masyarakat.

Pada dasarnya *podcast* memiliki peluang yang bagus, terlebih bila digunakan untuk menyebarkan informasi. Walau begitu, penggunaan *podcast* itu sendiri masih kurang dimanfaatkan secara utuh (Younger, 2011). Melihat masih jarang nya *podcast* yang membahas mengenai program kerja pemerintah, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menginisiasi penggunaan *podcast* dengan tujuan agar informasi yang disebar dapat lebih maksimal. Bahkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung merupakan satu-satunya *podcast* yang berada di leveling dinas. Dengan demikian, *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah *podcast* pertama di Kota Bandung yang membahas mengenai program-program kerja dari pemerintah Kota Bandung.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menggunakan aplikasi Spotify dalam menyebarkan konten-kontennya karena Spotify merupakan aplikasi yang cukup populer bagi pengguna maupun pendengar *podcast*. Hal ini selaras dengan perkataan Meisyanti & Woro (dalam Radika, 2020) yang mengatakan bila mencari platform dengan tujuan untuk mempermudah khalayak dalam mendengarkan *podcast*, maka Spotify adalah salah satu platform terbaik untuk mendengarkan *podcast*.

Selain Spotify, YouTube juga menjadi platform yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung untuk mempublikasikan *podcast*, karena YouTube memudahkan pendengar yang ingin mendengarkan *podcast* dengan format audiovisual, terlebih YouTube adalah media yang sering digunakan oleh masyarakat. Hal ini selaras dengan penelitian Katadata.co.id (dalam Radika, 2020) yang mengatakan bahwa YouTube adalah platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Kemudian platform yang digunakan ialah Instagram sebagai media promosi berbentuk *teaser* dan melakukan komunikasi berbentuk chat dengan para pendengar. Sehingga dapat diketahui bahwa Dinas

Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menggunakan tiga platform untuk *podcast* yaitu Spotify, YouTube, dan Instagram.

Dalam pembuatan *podcast*, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung tidak memiliki kendala yang cukup signifikan, kendala yang didapatkan hanya dari penggunaan alat-alat yang masih sederhana.

Hasil Penyebaran Informasi

Pada bagian ini membahas mengenai hasil penyebaran informasi program kerja yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Media *podcast* yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi merupakan media yang juga didengarkan oleh pendengar *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada sembilan informan pendukung sesuai dengan karakteristik informan yang dibutuhkan. Berikut adalah hasil wawancara kepada sembilan informan.

Efek Komunikasi

Dalam menyebarkan informasi akan terdapat sebuah efek kepada sasaran yang menerima informasi tersebut, seperti perubahan sikap, perilaku, serta pengetahuan. Hal ini selaras dengan perkataan Wijaya (2015) yang menyampaikan bahwa semua program komunikasi memiliki tujuan yang sama, yaitu mempengaruhi target sasaran. Dengan itu, untuk mengetahui efek dari penggunaan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, maka hanya dapat dirasakan oleh pendengarnya langsung. Alasan pendengar memilih mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung sangat beragam, diantaranya ialah Anna yang mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena ingin mengetahui apa saja program kerja pemerintah Kota Bandung. Selain itu, Ryan, Gigi, dan Difa menyampaikan bahwa alasan mereka mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung mendatangkan narasumber-narasumber terpercaya sehingga hal tersebut yang membuat mereka ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai seluk beluk Kota Bandung.

Hal yang sama juga dirasakan oleh Mugi sebagai pendatang di Kota Bandung yang menyampaikan bahwa alasan ia mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena ingin mengetahui seluk beluk Kota Bandung, dimulai dari makanan, tempat wisata, dan program pemerintahan didalamnya. Kemudian, sebagai pendengar *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, Dika menyampaikan bahwa karena mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung ia mendapatkan tambahan referensi baru bahkan dapat mengenal Kota Bandung lebih dalam lagi.

Menurut Ica, Penggunaan *podcast* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah sebuah kemajuan dan inovasi yang bagus karena dapat menciptakan kedekatan antara pemerintah dan masyarakat karena masyarakat diberikan kesempatan untuk mengenal dan mengetahui program-program apa saja yang akan dilaksanakan di kota mereka.

Kemudian, Aghnaa memiliki alasan yang sama dengan beberapa informan lain bahwa ia mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena ingin mengetahui informasi terbaru mengenai Kota Bandung, namun dengan cara yang berbeda yaitu mendengarkan sembari dalam perjalanan, baik ke kampus, tempat magang, ataupun destinasi lainnya.

Berbeda dengan informan lainnya, alasan Mika mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena *podcast* tersebut memiliki suara yang nyaman didengar sehingga *podcast* pemerintah ini dapat bersaing dengan *podcast* terkenal lainnya.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa alasan pendengar mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung diawali dengan rasa ingin mengetahui informasi dan program kerja dari Dinas Komunikasi dan Informatika dan Pemerintah Kota Bandung.

Informasi yang diperoleh oleh pendengar *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung berupa kebijakan Pemerintah Kota Bandung, program kerja yang dilaksanakan di daerah kecamatan dan kelurahan di Kota Bandung, hingga fasilitas-fasilitas terbaru di Kota Bandung. Pendengar dapat memilih informasi yang ingin ia terima melalui *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dan hal ini selaras dengan salah satu aspek informasi menurut Mulyanto (dalam Fitriani, 2017:149) yaitu informasi dapat dikatakan berkualitas bila informasi tersebut relevan dengan keinginan suatu individu, yang berarti informasi yang baik ialah informasi yang dapat memberikan manfaat kepada individu lain. Sebagaimana yang diketahui bahwa relevansi sebuah informasi bagi tiap individu ialah berbeda-beda, bergantung pada kebutuhan individu tersebut.

Melalui informasi yang telah diperoleh, pendengar dapat merasakan keunggulan apa saja dari mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Seperti halnya yang dirasakan Aghnaa, Anna, Dika, dan Mika yang menyampaikan bahwa keunggulan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung ialah memiliki informasi dengan kredibilitas yang tinggi karena *podcast* ini berada dibawah naungan pemerintah Kota Bandung. Selain itu Mika juga menambahkan bahwa melalui penggunaan *podcast*, pemerintah Kota Bandung dapat mematahkan stigma negatif tentang pemerintah yang tidak identik dengan teknologi, sehingga hal tersebut membuat Mika merasa bahwa pemerintah Kota Bandung ingin lebih ramah kepada anak muda khususnya generasi Z Kota Bandung.

Keunggulan lainnya dirasakan oleh Difa, Gigi, Ica, dan Ryan yang mengatakan bahwa *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung mengemas informasi program kerjanya dengan menarik dan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh anak muda, sehingga selain menjadi tahu apa saja program kerjanya, mereka juga menjadi tahu orang-orang hebat yang terlibat dalam membangun Kota Bandung lebih baik lagi. Selain itu, akibat dari pengemasan informasi yang baik juga, Mugi merasa bahwa Kota Bandung adalah kota yang bagus dan menciptakan rasa kebanggaan tersendiri buat dirinya sebagai pendatang yang akan tinggal cukup lama di Kota Bandung.

Dengan demikian, dari informasi dan keunggulan yang dirasakan pendengar tentu dapat menimbulkan efek yang berbeda-beda pula. Seperti halnya Ica yang mengatakan bahwa ia menjadi lebih mengenal Kota Bandung dan merasa bahwa tidak hanya Kota Bandung yang unik, tetapi juga dengan orang-orang didalamnya.

“Kalau efeknya sih jujur aku juga belum terlalu terbuka matanya mengenai Kota Bandung lebih jauh, dengan adanya podcast ini aku jadi tahu ternyata Kota Bandung itu unik dari sananya, ga cuman kotanya, tapi orang-orangnya juga unik dan baik-baik.” (Ica, wawancara informan pendukung pada 6 Desember 2021).

Dika, Aghnaa, Difa juga mengungkapkan bahwa dari mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, mereka menjadi tahu informasi terbaru dan tambahan referensi mengenai Kota Bandung. Efek yang hampir sama juga dirasakan oleh Ryan dan Anna bahwa melalui *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, mereka menjadi tahu informasi mengenai program-program kerja milik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

“Efek yang aku dapatkan dari mendengarkan podcast Diskominfo ini, aku semakin tahu tentang program kerja Diskominfo Kota Bandung, aku juga menjadi tau apa-apa saja potensi yang dimiliki Kota Bandung.” (Ryan, wawancara informan pendukung pada 5 Desember 2021).

“Tentunya menambah wawasan bagi audiensnya, baik itu yang berasal dari Kota Bandung maupun luar Kota Bandung. Semuanya dapat menikmati informasi yang diberikan.” (Anna, wawancara informan pendukung pada 6 Desember 2021).

Efek berbeda dirasakan Mugi sebagai pendatang, ia mengatakan bahwa ia menjadi lebih bangga tinggal di Kota Bandung walau bukan berasal dari kota tersebut.

“Efek mendengarkan podcast ini, tentunya aku bangga tinggal di Bandung walaupun bukan asli orang Bandung. Selain itu, karena narasumber di podcast tersebut adalah orang-orang hebat dibidangnya, sehingga aku menjadi termotivasi untuk menjadi orang yang hebat juga di bidang yang kuminati.” (Mugi, wawancara informan pendukung pada 4 Desember 2021).

Sementara itu, Gigi merasa dampak yang ia rasakan ialah lebih mengetahui fasilitas-fasilitas yang ada di Kota Bandung, bahkan mengetahui camat hingga lurah yang ada di Kota Bandung.

“Dapat mengetahui hal-hal baru di Kota Bandung serta fasilitas-fasilitas di Kota Bandung sampai mengetahui camat sampai lurah yang ada di Kota Bandung.” (Gigi, wawancara informan pendukung pada 4 Desember 2021).

Kemudian, efek lain juga dirasakan Mika dimana ia menjadi lebih mengerti mengenai sebuah informasi dari berbagai pandangan yang ia terima melalui *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

“Efeknya bisa jadi punya poin of view dari berbagai pihak. Pihak aparatur, masyarakat, pelajar, komunitas dan lain-lain. Recommended banget deh.” (Mika, wawancara informan pendukung pada 6 Desember 2021).

Dengan demikian, efek yang dirasakan pendengar *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung diantaranya menjadi lebih mengetahui apa saja program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika

dan Pemerintah Kota Bandung, mendapatkan informasi terbaru seputar Kota Bandung, mengetahui fasilitas-fasilitas yang tidak diketahui sebelumnya, bahkan mengetahui camat dan lurah yang ada di Kota Bandung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka kesimpulan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung ialah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung merupakan instansi yang berperan sebagai komunikator yang mana memiliki peran untuk menetapkan sasaran, penyusunan pesan, serta pemilihan media yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan publikasi terkait program kerjanya kepada masyarakat Kota Bandung. Sasaran yang ditetapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung untuk menerima informasi program kerjanya ialah generasi Z Kota Bandung dengan rentang usia 20-24 tahun. Dengan alasan bahwa generasi Z dengan rentang usia tersebut merupakan generasi muda yang paling sering menggunakan gawai untuk mengakses internet. Dalam menyusun pesan, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melakukan observasi terlebih dahulu melalui sumber-sumber terpercaya, seperti website resmi pemerintah, *Open Data* Kota Bandung, dan Humas Kota Bandung. Kemudian setelah pengumpulan data, dibuatlah *storyboard* guna menggambarkan keadaan saat hari produksi. Setelah itu, dilanjutkan dengan pembuatan narasi berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat. Setelah semuanya sudah dipersiapkan, kemudian *podcaster* akan melakukan *technical meeting* guna memaksimalkan produksi dan menghindari kesalahan-kesalahan yang akan terjadi saat produksi. Pemilihan media *podcast* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung sebagai media penyebaran informasi program kerjanya ialah karena tingginya ketertarikan masyarakat terhadap *podcast*, serta masih jarang nya *podcast* yang membahas mengenai program kerja pemerintah, sehingga dengan adanya *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, *podcast* ini dapat menjadi *podcast* pertama di Kota Bandung yang membahas program kerja pemerintah Kota Bandung. Dari hasil penyebaran informasi, alasan pendengar memilih mendengarkan *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung karena ingin mengetahui perihal informasi terbaru dan juga program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika serta Pemerintah Kota Bandung. Informasi-informasi yang didapatkan pun beragam, dimulai dari program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dan Pemerintah Kota Bandung, fasilitas-fasilitas terbaru di Kota Bandung, serta mengetahui lurah dan camat di Kota Bandung. Keunggulan yang dirasakan pendengar ialah kredibilitas informasi yang tinggi karena informasi yang didapat berasal dari Pemerintah Kota Bandung. Sehingga efek yang ditimbulkan bagi pendengar ialah adanya penambahan wawasan dan pengetahuan mengenai program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dan Pemerintah Kota Bandung. Dengan demikian, saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini diantaranya saran teoritis, pengambilan data kepada informan pendukung atau pendengar *podcast* masih terbatas dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang mengharuskan peneliti melakukan wawancara secara virtual. Diharapkan peneliti

selanjutnya pada melakukan wawancara secara tatap muka agar memaksimalkan tanggapan informan dalam menjawab pertanyaan penelitian dan untuk penelitian sejenis terkait *podcast* diharapkan dapat menyempurnakan penelitian ini dan dengan metode yang berbeda, sehingga dapat mengetahui hal lainnya dari penggunaan *podcast* sebagai media penyebaran informasi. Saran praktis yang pertama, peran *podcast* sebagai media penyebaran informasi program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung perlu digencarkan lagi dalam mengunggah episode baru, mengingat *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah *podcast* pertama di Kota Bandung yang membahas mengenai program kerja pemerintah. Saran praktis kedua yaitu *podcast* adalah media yang memiliki banyak peluang terutama bila mengingat sasaran dari *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah generasi Z, sehingga peneliti menyarankan diperlukannya eksplorasi metode lain untuk mencapai sasaran tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Brent, D. R., & Stewart, L. P. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2015. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaer, A. (2007). *Linguistik Umum* Cetakan Ketiga. Rineka Cipta.
- Creswell, J. (2008). *Educational Research. Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. PearsonPrentice Hall
- Creswell, J. N. (2009). *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches)* (Third, Vol. 1, Issue 9). Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma-Jurnal Komputer dan Informatika*, 19(2), 148-152.
- Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 44.
- Kuswarno, E. (2006). Tradisi fenomenologi pada penelitian komunikasi kualitatif: sebuah pengalaman akademis. *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 7(1), 47-58.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya.
- Radika, M. I. (2020). Strategi Komunikasi *Podcast* Dalam Mempertahankan Pendengar. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 96-106.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan. *Lentera*, 17(1).
- Younger, P. (2011). Dissemination of medical and science-based information: the effectiveness of *podcasting*. *Reference Reviews*, 25(7), 4–6. <https://doi.org/10.1108/09504125201100001>
- Yuliatrri, R. (2020). Mengenal *Podcast* yang Semakin Populer. Retrieved from Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat: <http://disdik.jabarprov.go.id/news/2227/mengenal-podcast-yang-semakin-digemari>